


Selling on Amazon

Guide de création de Pages Produits

Catégorie : Sports et Plein air

amazon services


A propos de ce document

Ce guide de création de pages produits a pour but de vous fournir les informations vous permettant de créer des pages produits détaillées dans la catégorie Sports et Plein air sur Amazon.ca.

En plus de ce guide, nous vous conseillons de vous référer à la vaste quantité d'information contenue dans les pages d'Aide, accessibles en cliquant sur le lien Aide qui se trouve en haut de chaque page de Seller Central.

Table des matières

Section I	Vue d'ensemble
Section II	UPCs
Section III	Styles de titres
Section IV	Marques & Fabricants
Section V	Fonctionnalités clefs du produit
Section VI	Description de vos produits
Section VII	Images
Section VIII	Créations de variations
Section IX	Navigation & Recherche

Sports et Plein air

Que vous vendiez des équipements de Fitness et d'exercice, des articles de sport en extérieur ou des articles de sport de contact, avoir des données exactes est crucial pour les ventes et pour que les acheteurs potentiels puissent découvrir vos produits.

La décision d'achat lorsque les clients font leurs achats sur Amazon.ca dépend grandement de la façon dont vous présentez vos produits.

Présenter une offre claire et concise en suivant un format consistant donnera de meilleures informations aux clients et accroîtra les chances que vos produits soient trouvés.

Cela résultera en un plus grand trafic vers vos pages détaillées et plus de ventes sur Amazon.ca.

Veillez lire les informations ci-dessous et mettre à jour vos offres le cas échéant :

Ce document couvre les sujets vous permettant de créer une page détaillée pour un produit :

UPC	Des UPCs sont requis pour mettre des articles en vente sur Amazon.
Style du titre	Des titres clairs et concis améliorent les résultats de recherche et attirent l'attention des clients.
Marque et fabricant	Entrer les informations exactes concernant la marque et le fabricant améliore la découverte de vos produits.
Images	Des images professionnelles sur fond blanc améliorent la probabilité d'achat de vos produits.
Liste à puces	Liste les fonctions principales et les avantages de vos produits.
Description de vos produits	Vous permet de préciser les fonctions et l'utilisation de vos produits.
Quantité dans le paquet	Indique combien d'articles se trouvent dans le lot. Veuillez utiliser ce champ si le paquet contient plus d'une unité.
Relation parent/enfant	Rendez le choix plus facile : proposez plusieurs options de tailles et couleurs sur la même page.
Navigation et recherche	Améliore la découverte de vos produits, le trafic et les ventes par le biais de termes de recherche et de nœuds de navigation.

Champs requis pour chaque nouveau produit créé

- **UPC**
- **Titre**
- **Marque**
- **Image**
- **Numéro du fabricant ou numéro de la pièce**
- **Quantité dans le paquet**
- **Nœud de navigation recommandé**

UPCs

Le champ réservé aux UPCs est requis pour tous les articles de la catégorie Sports et Plein air. Les UPCs sont fournis par le fabricant de l'article et sont utilisés au travers de toutes les plateformes de vente sur Amazon. Les UPCs permettent d'offrir aux clients une meilleure expérience d'achat en nous assurant que les articles sont correctement classifiés et regroupés. Nous évitons ainsi les pages multiples d'articles identiques qui rendent les clients confus et compliquent la vie de nos vendeurs.

Note : Ne pas fournir d'UPC pour un produit pour lequel il en existe un peut mener à la suppression de votre offre pour ce produit.

Pour de plus amples informations, nous vous conseillons de consulter la page [Directives des Catégories concernant les UPC et GTIN](#).

Styles de titres

Le titre de votre produit est la première chose que les clients voient lorsqu'ils visitent la page du produit. Votre titre fournit-il les bonnes informations aux clients ? Regarderont-ils votre offre dans le détail ?

Un client devrait pouvoir prendre la décision d'acheter un produit en ayant lu le titre descriptif d'un article. Amazon se sert des mots du titre comme mots clefs pour que votre produit soit trouvable sur Amazon.ca. Un titre clair et concis attirera les clients vers votre page. Vérifiez toujours que votre titre répond aux canons ci-dessous pour créer un titre qui est accrocheur et vendeur.

Astuces pour créer d'excellents titres

A faire	A ne pas faire
<ul style="list-style-type: none"> • Commencer les mots par une majuscule (mais attention aux exceptions dans A ne pas faire) • Utiliser des chiffres (2 à la place de Deux) • S'il s'agit d'un lot, mentionner le nombre entre parenthèse (lot de x) • Rester concis mais en incluant des informations critiques • 50 caractères au maximum <p>Note: Merci de n'inclure que des caractères standards. Les caractères spéciaux de type ®, ©, ™, etc. ne sont pas supportés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas inclure de prix et de quantité • NE PAS TOUT ECRIRE EN MAJUSCULE • Ne pas mettre de majuscule aux : <ul style="list-style-type: none"> • Conjonctions (et, ou, pour) • Articles (le, une...) • Préposition de moins de 5 lettres (dans, pour, avec...) • Ne pas inclure d'informations sur le vendeur • Ne pas inclure de message promotionnels tels que 'livraison gratuite', 'en solde'... Servez vous plutôt du gestionnaire de promotion pour faire cela. • Ne vous servez pas de votre nom ou marque à moins que ce produit ne soit votre propriété légale ou que vous n'en soyez le fabricant. • Ne pas inclure de symboles (! * \$?) • Ne pas inclure de commentaires suggestifs tels que 'Top des ventes', 'Article à saisir'.

Eléments à inclure

1. Pour les produits variant par la taille

Pour l'ASIN Parent :
 [Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :
 [Brand] + [Product Line] + [Size_Name]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Taille])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Size_Name
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	Small
Child	Abc	XYZ product	Medium

2. Pour les produits variant en couleur et en taille

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Color_Name] + [Size_Name]

([Marque] + [Ligne de produit] + [Couleur] + [Taille])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Color_Name	Size_Name
Parent	Abc	XYZ product		
Child	Abc	XYZ product	Red	Small
Child	Abc	XYZ product	Blue	Medium

3. Pour les produits variant en couleur

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Color_Name]

([Marque] + [Ligne de produit] + [Couleur])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Color_Name
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	Red
Child	Abc	XYZ product	Blue

4. Pour les produits variant en style

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Style_Name]

([Marque] + [Ligne de produit] + [Style])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Style_Name
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	PC
Child	Abc	XYZ product	Mac

5. Pour les produits variant en motif et en style

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Pattern_Name] + [Style_Name]

([Marque] + [Ligne de produit] + [Motif] + [Style])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Pattern_Name	Style_Name
Parent	Abc	XYZ product		
Child	Abc	XYZ product	Striped	PC
Child	Abc	XYZ product	Polka-Dot	Mac

6. Pour les produits variant en motif

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Pattern_Name]

([Marque] + [Ligne de produit] + [Motif])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Pattern_Name
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	Polka-Dot
Child	Abc	XYZ product	Striped

7. Pour les produits variant de type de matériel

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]

([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Material_Type]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Matériel])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Material_Type
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	Wood
Child	Abc	XYZ product	Metal

8. Pour les produits variant de poids

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Item_Display_Weight]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Poids])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Item_Display_Weight	Item_Display_Weight_UOM
Parent	Abc	XYZ product		
Child	Abc	XYZ product	3	Ounces
Child	Abc	XYZ product	6	Ounces

9. Pour les produits variant de taille

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :

[Brand] + [Product Line] + [Item_Display_Length]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Taille])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Item_Display_Length	Item_Display_Length_UOM
Parent	Abc	XYZ product		
Child	Abc	XYZ product	9	Inches
Child	Abc	XYZ product	12	Inches

10. Pour les articles de Golf variant par club flex

Pour l'ASIN Parent :

[Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :
 [Brand] + [Product Line] + [Golf_Club_Flex]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Rigidité])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Golf_Club_Flex
Parent	Abc	XYZ product	
Child	Abc	XYZ product	Regular
Child	Abc	XYZ product	Stiff

11. Pour les articles de Golf variant par main directrice, type de matériel et par club flex

Pour l'ASIN Parent :
 [Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :
 [Brand] + [Product Line] + [Hand_Orientation] + [Shaft_Material_Type] + [Golf_Club_Flex]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Main] + [Type de matériel] + [Rigidité])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Hand_Orientation	Shaft_Material_Type	Golf_Club_Flex
Parent	Abc	XYZ product			
Child	Abc	XYZ product	Left-Handed	Aldila	Regular
Child	Abc	XYZ product	Right-Handed	RE-AX 55 Graphite	Stiff

12. Pour les articles de Golf variant par main directrice, type de matériel et par inclinaison de club

Pour l'ASIN Parent :
 [Brand] + [Product Line]
 ([Marque] + [Ligne de produit])

Pour l'ASIN Enfant :
 [Brand] + [Product Line] + [Hand_Orientation] + [Shaft_Material_Type] + [Golf_Club_Flex] +
 [Golf_Club_Loft]
 ([Marque] + [Ligne de produit] + [Main] + [Type de matériel] + [Rigidité] + [Inclinaison])

Exemple d'une variation :

Parent/Child	Brand	Product Line	Hand_Orientation	Shaft_Material_Type	Golf_Club_Flex	Golf_Club_Loft
Parent	Abc	XYZ product				
Child	Abc	XYZ product	Left-Handed	Aldila	Regular	10.5 degrees
Child	Abc	XYZ product	Right-Handed	RE-AX 55 Graphite	Stiff	9.0 degrees

Note :

1. N'inclure la taille et la couleur que pour les 'enfants'. Ne pas inclure taille et couleur pour les parents. Pour obtenir de plus amples renseignements, reportez vous à la section [Créations de variations](#) de ce guide de création de pages produits ainsi qu'à la page [Créer des variations de relation Parent/Enfant](#) dans la section Aide de Seller Central.
2. Inclure des informations sur votre compagnie ou un message de publicité ou de promotion dans le titre peut affecter négativement votre compte vendeur.

Exemples:

Bon :



[See larger image and other views](#)



[See all product images](#)

[Share your own customer images](#)

Schwinn 430 Elliptical Trainer

Other products by [Schwinn](#)

★★★★★ (380 customer reviews) | [More about this product](#)

List Price: ~~\$799.00~~

Price: **\$599.00** & this item ships for **FREE with Super Saver Shipping**. [Details](#)

You Save: **\$200.00 (25%)**

In Stock.

Ships from and sold by **Amazon.com**.

Ships Separately in Original Packaging: If sending as a gift, note that contents cannot be concealed.

1 used from \$439.00

**Six
Month
Financing**

No Interest and No Payments If Paid in Full in 6 Months ...

When you purchase this item or other [qualifying Sports & Outdoors products](#) using the [Amazon.com Store Card](#). Applies only to products sold by Amazon.com. Does not apply to products sold on our site by third-party sellers. 1-Click and phone orders do not apply. [Additional restrictions apply.](#)



[See larger image](#)



[Share your own customer images](#)

Barbarian Match Rugby Ball

Other products by [Gilbert](#)

No customer reviews yet. [Be the first.](#) | [More about this product](#)

Price: **\$54.44**

To Buy. Add to Shopping Cart

Size: 5



[See merchant's sizing charts](#)

In Stock.

See [pricing and availability chart](#) for details.
Ships from and sold by

Mauvais :



"YOUR PHOTO Rugby Ball Regulation Size. Great for game balls, gifts, coaches, players, fans, awards, contests, graduations, seniors, leagues, high school, college, varsity, holidays, parents, trophies, clubs. Print pictures, individuals, teams, logos."

Other products by [Diams](#)
★★★★★ (1 customer review) | [More about this product](#)

Price: **\$35.00**

In stock.

Processing takes an additional 2 to 3 days for orders from this seller.
Ships from and sold by

- Trop long
- Ne résume pas le produit

[See larger image and other views](#)



[See all product images](#)

[Share your own customer images](#)



[See larger image and other views](#)



[Share your own customer images](#)

GILBERT ALPHA QUEST SHOULDER PROTECTOR

Other products by [Gilbert](#)
No customer reviews yet. [Be the first.](#) | [More about this product](#)

Price: **\$40.00**

Select Color and Size

Color:

NAVY CAMO

NAVY SILVER

Size:

2X-LARGE

YOUTH LARGE

Small

Medium

X-Large

Large

[See merchant's sizing charts](#)

Select Color and Size to view availability (or, see the complete [pricing and availability chart.](#))

- Ne mettre de majuscule que sur la première lettre de chaque mot

Marques & Fabricants

Fournir des informations de la marque permet aux clients d'Amazon.ca de déterminer le modèle et la marque du produit proposé. Ces champs améliorent l'acuité de vos offres et aident le client à découvrir vos produits. Généralement, la marque est le meilleur identifiant pour un produit, mais parfois, il se peut que cela soit le fabricant.

Note : La marque est un champ obligatoire.

Marque	Fabricant
<ul style="list-style-type: none"> • Un symbole, une association, un nom, un logo unique et identifiable qui permet de repérer et différencier des produits ou services. • Un nom utilisé pour distinguer un produit de ses concurrents, peut se référer à un article unique, une ligne ou même une compagnie. • Un nom ou symbole utilisé pour identifier les biens et services d'un vendeur, et pour les différencier de ceux de la concurrence. <p>Exemple: O'Neill</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une entreprise engagée dans la production d'un article. • Quelqu'un qui fabrique quelque chose. <p>Exemple: La Jolla Group</p>

Note : Il est important de ne pas utiliser votre nom pour la marque ou pour le fabricant, sauf si vous en êtes le fabricant ou êtes propriétaire de la marque.

Fonctionnalités clés du produit

Les puces des fonctionnalités clés sur la page détaillée du produit fournissent au client plus de renseignements et peuvent influencer le client dans ses décisions d'achat.

- Mettez en avant les 5 fonctionnalités clés qui vous semblent dignes d'intérêt, telles que la dimension, la tranche d'âge, les conditions idéales d'utilisation, le niveau d'expérience requis pour en faire usage, le contenu, le pays d'origine, etc.
- Maintenez le même agencement. Si la première puce indique le pays d'origine, gardez cet ordre pour tous vos produits.
- Répétez les informations importantes qui pourraient être contenue dans le titre ou la description.
- Débutez chaque puce par une lettre majuscule.
- Construisez des phrases logiques incluant une ponctuation, sans pour autant mettre de point en fin de ligne.
- N'incluez pas d'informations promotionnelles ou de prix.
- Ne fournissez pas de renseignements sur l'expédition ou la compagnie. Les politiques d'Amazon excluent de rajouter des informations sur le vendeur, l'expédition ou la compagnie dans les pages détaillées.
- Les puces aident les clients à évaluer un article, en conséquence, toute information non liée au produit peut distraire un client et le détourner de ses intentions d'achats.

Contenu	Exemple: Puce
Fonctionnalités	Harnais 5 points, Sécurité optimale
Matériels	100% coton bio
Pays d'origine	Fabriqué au Canada
Information sur la garantie	Garantie d'1 an sur présentation de preuve d'achat
Dimensions et poids	40cm par 30cm, 3,75kg
Soins	Nettoyage à sec uniquement
Autres	Nécessite d'être assemblé, déconseillé au moins de 6 mois, Récompensé par...

Les clients utilisent cette partie de la page pour obtenir une vue d'ensemble du produit. Ils peuvent prendre la décision d'acheter le produit à l'aide de ces informations uniquement ou cela peut les pousser à lire la description plus complète de l'article.

Conseils pour améliorer la visibilité :

- Ecrivez les numéros en numérique
- Séparez les phrases par des points-virgules dans une même puce
- Épelez les tailles telles que mètre, décimètre, centimètre, etc.

A ne pas faire :

- Utiliser des tirets, des symboles, des points ou des points d'exclamation
- Ecrire de vagues détails. Soyez spécifique.
- Entrer des renseignements sur la compagnie. Cette section est réservée aux fonctionnalités du produit.

Exemples:

Bon:

Détails techniques

- Vélo à triple action avec deux bras indépendants liés à des cylindres hydrauliques
- Roue équilibrée en fonte 6 kg
- Bande de friction en polypropylène avec système de résistance
- Pédales avec sangles Velcro réglables
- Le moniteur à 5 fonctions affiche les calories brûlées (comptage théorique), la distance (miles), scan, la vitesse (miles/heure) et le temps (minutes/secondes)

Détails techniques

- Revêtement anti-coupure garanti pour une jouabilité ultime
- Le noyau en titane haute énergie génère une vitesse initiale maximale
- Faible couverture de spin durable pour une balle qui vole droit dans les airs
- Motif à stries pour donner un effet lifté et atteindre une très longue distance

Mauvais:

Détails techniques

- - orange
- pour votre lit**
- tout le monde aime ce produit!
- 5 X 8
- livré dans un sac à la mode!

Description de vos produits

Lorsque vous décrivez votre produit, assurez vous d'entrer quelques points clefs mentionnés dans les puces, cependant, étayez la description pour offrir plus de renseignements sur le produit. Les descriptions de produits, lorsqu'elles sont bien écrites, aident le client à visualiser le produit ou son utilisation. La taille de ces descriptions est limitée à 2000 caractères.

Mettez vous à la place du client. Que souhaiteriez-vous sentir, voir, demander ? Ajouter des informations relatives à la surface d'un produit, à son usage, à son apparence, à ses bénéfices permet de déclencher l'imagination du client. Utilisez les mots, c'est que vous permettra de vous rapprocher le plus d'une interaction entre le client et le produit qu'ils peuvent généralement connaître en magasin.

A faire	A ne pas faire
<ul style="list-style-type: none"> • Décrire les fonctionnalités majeures du produit. Parmi lesquelles la taille, son utilité et son style. • Faites court. Mais incluez les informations critiques. • Indiquez les dimensions exactes, les instructions d'entretien et les informations liées à la garantie. • Utilisez une grammaire correcte et faites des phrases complètes. 	<ul style="list-style-type: none"> • N'incluez pas le nom du vendeur, une adresse courriel, une adresse URL ou toute autre information sur la compagnie. • N'écrivez que sur le produit en vente. Il s'agit de votre chance de décrire ce que le client achète. • N'ajoutez pas de termes promotionnels tels que Solde, livraison gratuite (servez vous de l'outil de Gestion des promotions plutôt).

Exemples :

Bon :

Descriptions du produit

Ce vélo tout terrain à 21 vitesses vous permet de passer très facilement de la forêt à la ville. Les lampes avant et arrière vous permettent d'être vu de loin une fois la nuit tombée. Le cadre en titane offre une légèreté sans pareille couplée à une solidité à toute épreuve. Sur le guidon est intégré un compteur discret mais complet, vous permettant de connaître votre position GPS, le nombre de kilomètres parcourus, l'heure ainsi que le nombre de calories brûlées. Le dérailleur Shimano permet un passage facile des vitesses pour une meilleure accroche et une endurance accrue.

Mauvais :

- Utilisez la majuscule avec parcimonie
 - Ne pas ajouter de détails propres au vendeur
 - Adresses URLs et autres détails de contact sur le vendeur ne sont pas autorisés

Descriptions du produit

CE VELO EST GENIAL IL SE PLI ET RENTRE DANS UNE VALISE. VOUS POUVEZ ACHETER EN TOUTE COINFIANCE POUR EN SAVOIR PLUS REGARDEZ SUR [HTTP://AWESOMEPRODSFORYOUANDME.COM](http://AWESOMEPRODSFORYOUANDME.COM) OU APPELEZ NOUS AU 800-333-35686. OU ENVOYEZ VOS QUESTIONS A THESEAWESOMEPRODUCTS@HOTMAIL.COM!!!!!!!!!!!!!!

Images

Les images apparaissent sur la page de résultat ainsi que sur la page détaillée du produit. Une image professionnelle aide les clients à découvrir votre produit et peut attirer du trafic sur votre page.

Montrez ce que les clients recevront en ouvrant leur colis (et uniquement ce qu'ils recevront). Facilitez leur expérience d'achat en utilisant des images claires et de haute qualité des articles que vous proposez.

Obligatoire	<ul style="list-style-type: none"> • Les images des produits doivent montrer l'article clairement sur fond blanc • Qualité minimale de 300-dpi : Qualité de 1000-dpi recommandée • Les images doivent être en couleur ; pas de noir et blanc • Montrez le produit en entier ; le produit doit remplir au moins 80% de l'image • N'incluez que ce que les clients vont recevoir. Les accessoires non compris ne doivent pas figurer sur la photo.
Interdit	<ul style="list-style-type: none"> • Marges, logos, textes et autres décorations ne doivent pas apparaître • Pas de croquis du produit – images réelles du produit seulement • Pas de fonds de couleur ou de photo issue de la vie réelle • Pas d'accessoires non contenus dans la boîte • Pas d'images temporaires ou d'image indiquant « Photo non disponible » • Pas d'images contenant des graphiques de classification du produit • Pas de variations de couleurs du produit sur la même image. Un seul produit / une seule couleur par image • Pas de texte promotionnel du type « en solde », « livraison gratuite ». Utilisez le gestionnaire de promotions plutôt

Note : Fonctionnalité du Zoom

Lorsque vous soumettez une image d'au moins 1,000 dpi, les clients peuvent zoomer sur l'image du produit. Cela leur permet de mieux voir l'article et peut en donc réduire les évaluations négatives et le taux de retour.

Conditions additionnelles requises pour les images Sports et Plein air

1. Les produits doivent être reconnaissables en image et photographiés selon un angle apte à encourager l'achat.
2. Les images chargées doivent être de 1000px sur le côté le plus large.
3. Toutes les variations de couleurs doivent inclure une image principale, représentant cette couleur. Les images secondaires ne sont pas acceptables.
4. Les images doivent être de parité entre votre site internet et Amazon.ca.
5. Les produits individuels représentés par de multiples images secondaires doivent respecter les mêmes critères de qualité/taille.

Exemples de bonnes images



Exemples de mauvaises images

- Ne devrait pas contenir de texte promotionnel



FREE SHIPPING!

[See larger image](#)

[Share your own customer images](#)



Fits scooters up to 67 inches long
Copyright Discount Ramps.Com

[See larger image and other views](#)



- Ne devrait pas contenir de texte descriptif

- Devrait être sur fond blanc



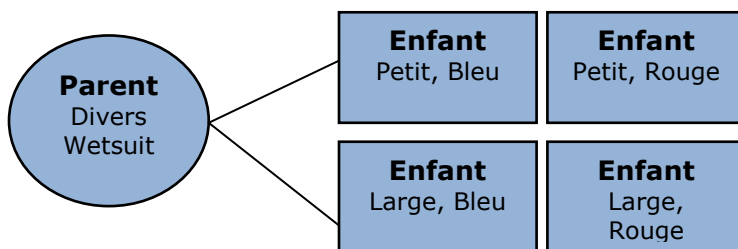
Note : Assurez vous de fournir les images adéquates pour chaque produit enfant lorsque vous créez des variations (abordées ci-dessous) Si le produit est disponible en plusieurs couleurs, fournissez une image de chaque.

Créations de variations

Les variations permettent aux clients de choisir la couleur, la taille, l'orientation de la main désirée en restant sur la même page détaillée. Vous pouvez rendre cette extraordinaire expérience d'achat possible en créant des variations parent-enfants. Ces variations, une fois créés permettent de faciliter la recherche et le choix des produits. Lorsque vous en créez une, n'hésitez pas à consulter la liste des recommandations recommandées par type de produits.

Note : Si vous constatez que vos produits sont déjà sur Amazon, merci de ne pas créer de relation car le fichier sera capable de faire correspondre les articles automatiquement.

Le produit parent est celui qui apparaît sur la page initialement. Les produits enfants sont les produits qui sont liées à chaque parent et apparaissent lorsque la variation est sélectionnée par le client. La relation entre le parent et l'enfant est connue sous le nom de « variation theme » (thème de la variation). Dans l'exemple ci-dessous, le produit change à la fois de taille et de couleur donc la « variation theme » est ColorSize (CouleurTaille).



Il y a trois composants dans une relation parent/enfant :

- **Produit parent :** Article non achetable visible dans les résultats.
- **Produit enfant :** Produit achetable lié à un article parent par la taille ou la couleur ou les deux.
- **Thème de variation :** Définit le lien entre l'enfant et le parent, par exemple ColorSize.

Ainsi, vous ne pouvez jamais vendre un parent car il ne correspond pas à un produit physique. En effet, vous ne vendez pas une chemise, mais vous vendez une chemise bleue de taille XXL.

Dans l'exemple ci-dessous, le produit enfant doit avoir à la fois une couleur et une taille de renseignées pour que la relation fonctionne correctement.

A quel moment utiliser une variation parent/enfant

Les variations doivent être utilisées dans la boutique Sports et Plein air pour minimiser le nombre de pages d'articles similaires. Les vendeurs peuvent utiliser les variations pour améliorer l'expérience client.

Afin de vous aider à déterminer quel type de thème de variation vous devez utiliser, nous avons inclus un guide des relations de variation acceptables par type de produit. Merci de vous référer à ce guide pour vous assurer que vous faites usage du bon thème de variation pour vos produits.

Lorsque vous créez des variations, vous devez fournir des informations spécifiques dans ces champs requis :

- SKU
- Parentage (Parenté – identifie pour ce SKU si le produit est "parent" ou "child")
- Parent SKU (à compléter pour les produits enfants seulement, entrez le parent SKU de cet enfant)
- Relationship Type (Entrez "variation" si le produit fait partie d'une variation)
- Variation Theme (Thème de variation – abordé plus haut)

Thèmes de variation actuellement disponibles pour les produits Sports et Plein air sur Amazon.ca:

Color	ColorLength	ColorLensColor	ColorSize
GolfFlexShaftMaterial	GripSizeGripType	Hand	HandSize
HandShaftLength	Length	LengthSize	LengthWidth
LensColor	LineCapacityWeight	ShapeSize	Size
SizeStyle	SizeTensionLevel	SizeWeight	TensionLevel
Weight	Width		

Les thèmes de variation dans le tableau ci-dessous sont à une dimension ou deux dimensions. Actuellement, la boutique Sport et Plein air d'Amazon.ca ne supporte pas d'autres types de variations.

Note :

Si vous entrez le type de relation et le thème de variation mais ne renseignez pas tous les champs requis, il est possible que vous receviez un message d'erreur lorsque vous tentez de charger vos offres ou alors elles peuvent apparaître incorrectement sur le site. Assurez-vous que vous avez complété tous les champs qui sont requis pour les variations. Par exemple, pour utiliser la variation « HandSize » (taille de la main), vous devez entrer les informations dans les champs « Hand » (main) et « Size » (taille). Si vous échouez à renseigner tous les champs requis, vos produits seront supprimés du catalogue d'Amazon.ca.

Obligatoire	<ul style="list-style-type: none"> • Décrivez chaque article enfant, afin que tous soient inclus dans les résultats de recherche • Ajoutez les attributs dans le titre du produit enfant • Utilisez les SKUs pour créer les relations à l'aide des champs SKU et ParentSKU • Listez les enfants en dessous du SKU parent dans le fichier ou les flux XML
Interdit	<ul style="list-style-type: none"> • N'incluez pas de prix et de quantité pour les parents • Le titre du parent ne doit pas inclure de taille ou de couleur • Utilisez uniquement les thèmes de variation recommandés pour le type du produit que vous listez • Ne faites correspondre aucun produit non lié par une relation au parent

Comment créer une variation pour un produit

Pour créer un thème de variation et une relation parent/enfant correctement, merci de vous reporter à la page [Créer des variations de relation Parent/Enfant](#) dans l'Aide de Seller Central.

Exemple d'une page détaillée de variation de couleur et de taille pour un article de sport d'équipe :



[See larger image and other views](#)



[Share your own customer images](#)

Mikasa Serious Soccer Ball

Other products by [Mikasa](#)

★★★★☆ (2 customer reviews) | [More about this product](#)

List Price: ~~\$16.99~~

Price: **\$16.95** & eligible for free shipping with **Amazon Prime**

To Buy, Add to Shopping Cart

Size: 4



Color: Green/White



Exemple d'une page détaillée de variation de couleur pour un article de cyclisme :



Planet Bike Men's A.R.S. Anatomic Relief Bicycle Saddle

Other products by [Planet Bike](#)

★★★★☆ (29 customer reviews) | [More about this product](#)

List Price: ~~\$29.99~~

Price: **\$24.99** & eligible for free shipping with **Amazon Prime**

You Save: **\$5.00 (17%)**

To Buy, Add to Shopping Cart

Color: Silver/Black



Navigation & Recherche

Les clients viennent sur Amazon.ca dans le but de trouver des produits. Ils peuvent trouver vos produits de deux façons : en utilisant l'option de parcours et en utilisant la barre de recherche. La plupart des clients utilisent un mélange des deux. Assurez-vous que les clients peuvent trouver vos produits des deux façons. Augmentez le trafic en fournissant des termes de recherche ainsi que des numéros de nœuds d'arborescence.

Classification - Navigation

Des milliers de vendeurs vendent des millions d'articles sur Amazon.ca. Afin d'aider les clients à trouver les produits facilement, Amazon a mis au point une arborescence ou hiérarchie des produits. Les clients peuvent affiner par boutique puis par sous-catégorie et ainsi de suite pour atteindre le style de produit qu'ils recherchent. Indiquez des nœuds précis pour voir vos ventes grimper.

Amazon se sert de ces nœuds pour classer vos produits dans la bonne section. Afin que vos produits apparaissent tout au long de la recherche du client, ils doivent apparaître jusqu'à la base de l'arborescence. Par exemple, un palet de Hockey ne doit pas juste être classifié dans la boutique Sport et Plein air, il doit se trouver dans la section Palet qui se trouve dans la sous-catégorie Hockey, elle-même localisée dans la boutique Sports et Plein air. Ainsi, votre produit est indexé parfaitement. Les clients se servent des outils d'affinage se trouvant sur la gauche pour trouver la section qu'ils recherchent.

Reportez vous à la dernière version du Guide de l'arborescence disponible dans les pages d'Aide de Seller Central. Ces documents sont spécifiques à chaque boutique pour assurer une classification optimale de vos articles.

Exemple de l'arborescence d'une boutique sur Amazon.ca :



Comment classifier vos articles dans l'arborescence :

1. Localisez le chemin qui décrit le mieux votre article.
2. Une fois ce chemin identifié, utilisez le nœud pour compléter les champs RecommendedBrowseNode1-2.

Attention : Merci de ne pas utiliser les nœuds grisés dans le fichier car ils correspondent à la catégorie générale. Ces nœuds grisés ne devraient être utilisés que dans l'extrême cas où aucun autre nœud ne conviendrait pour votre article.

Exemple:

- Vous voulez classer le produit suivant : Hockey Face Mask
- Vous trouvez le node (nœud) : 2440102011 - Sports & Outdoors/Ice Hockey/Protective Gear/Masks & Shields
- Dans le fichier type, vous collez le nœud correspondant dans le champ RecommendedBrowseNode1
- RecommendedBrowseNode1=2440102011

Note : Nous avons inclus un second champ pour le nœud de navigation recommandé. Cela vous permet d'entrer un second nœud dans le cas ou vous auriez remarqué que votre produit peut également être rangé dans une autre sous-catégorie. N'utilisez ce second champ qu'en cas de besoin réel. Abuser de ce champ peut impacter votre participation à la vente sur cette plateforme.

Les attributs ci-dessous sont utilisés pour la classification de la navigation.

Attributs	Définition	Exemples
Autres attributs requis	En fonction du type de produit, des attributs additionnels peuvent être requis pour créer la meilleure recherche ainsi que la meilleure navigation possible pour les clients.	Orientation de la main ou angle pour un club de golf.

Trouvez les meilleurs mots clefs qui décrivent votre produit dans le guide de l'arborescence de la catégorie Sports et Plein air sur Amazon.ca. Ce guide est situé dans in Seller Central > Gestion de mon stock > Référence.

Recherche

Amazon indexe automatiquement les termes de recherche qui dérivent du produit (ex : UPC/EAN), le titre, la marque, le fabricant. Cela vous permet de bénéficier de plus de place pour entrer des termes sur le produit. Vous disposez de 5 lignes de 50 caractères chacune. Veuillez séparer les mots par des virgules.

Les termes de recherche aident les clients à trouver vos produits. Les titres et détails sur le fabricant peuvent déjà être trouvés donc pensez aux mots et termes que les clients pourraient utiliser pour trouver votre article. Pensez comme un client et incluez les mots qui vous semblent convenir ainsi que des synonymes. Assurez-vous qu'ils peuvent trouver vos produits !



Conseils pour renseigner vos termes de recherche

- Chaque produit peut avoir jusqu'à 5 lignes de 50 caractères. Cela vous donne 250 caractères pour créer vos mots clefs
- Les mots que vous choisissez sont ceux qui seront entrés dans le moteur de recherche du site
- Les mots contenus dans le titre et la marque sont automatiquement inclus comme mots clefs donc vous n'avez pas besoin de les rajouter en plus
- Toute combinaison des mots du titre et des termes de recherche est possible lors de la recherche

Exemples:

Via un fichier Texte

AJ	AK	AL	AM	AN
SearchTerms1	SearchTerms2	SearchTerms3	SearchTerms4	SearchTerms5

Si vous utilisez un fichier de mise en stock, les champs pour la recherche figurent sous la dénomination search-terms1, search-terms2, et ainsi de suite. Pour obtenir de plus amples détails à propos de comment créer des termes de recherche utiles, reportez vous à la page [Utilisation de la Recherche et de la Navigation](#).

Via Ajouter un article dans Seller Central

<p>Search Terms: (Provide specific search terms to help customers find your product.)</p>	fill this space with your search terms
	you should fill up all 5 lines with words
	you don't need to repeat your title words
	customers search these words to find your products
	word space word space word space
Example: Dark Chocolate, Apples, Cookies	